



ESPECIAL

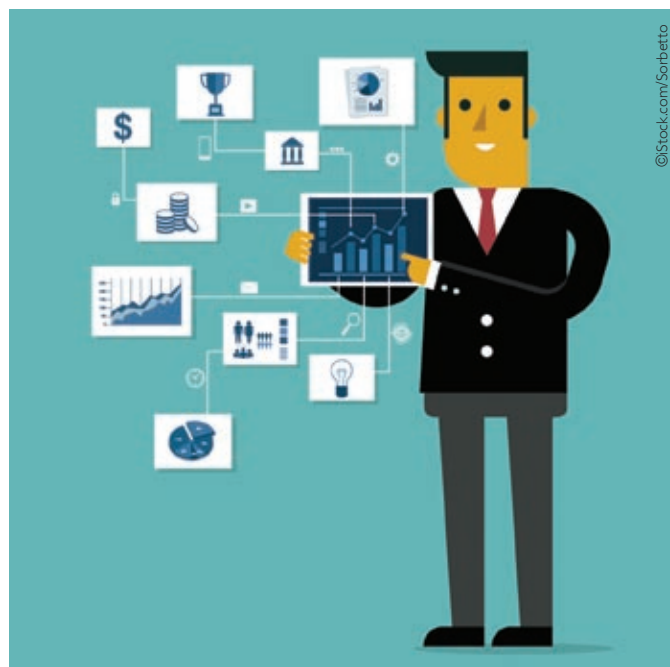
Aproveitando as previsões otimistas para planejar o ano

A

pós passar por um panorama de dificuldades e muita instabilidade, a indústria gráfica buscou novas opções e saídas, e, agora, começa a se preparar para a retomada da economia. Para tirar o máximo de proveito de uma previsão de crescimento tímida, mas constante, o ideal é que o empresário comece a se programar desde o início

do ano. Para isso, o mais indicado é realizar um planejamento completo e que contemple todos dentro da empresa. Muitos empresários nem sabem por onde começar, e o ideal, nessa fase inicial, é realizar uma revisão de suas crenças, objetivos e o que deseja alcançar, de maneira que fique mais fácil visualizar aonde se deseja chegar.

O capital humano da gráfica é outro ponto importante a ser considerado na hora de se programar para este ano. Pesquisas internas e conversas com cada setor da empresa podem elucidar dúvidas e até mesmo levantar sugestões de como se planejar para encarar 2017. Saiba mais nas páginas 8 e 9.



TECNOLOGIA

PÁGINA

7

Novas tecnologias levam a indústria gráfica para o cotidiano das pessoas.

Impressão 3D, por exemplo, faz com que objetos ganhem forma

AO EMPRESÁRIO

PÁGINA

10

Disciplina e organização ajudam a trazer equilíbrio pessoal e profissional, garantindo mais qualidade de vida



ANGELO GARBARSKI
Presidente do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS

“Somos todos anjos de uma asa só.
E só poderemos voar quando abraçados uns aos outros.”

LUCIANO DE CRESCENZO

GESTÃO 2017-2019

Enquanto para muitos o período é de férias, as diretorias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS, em conjunto com a equipe das entidades, está a todo vapor fechando os últimos detalhes das programações 2017. Já podemos adiantar que o ano será de muitas novidades!

O plano de ação do sindicato prioriza a capacitação dos empresários gráficos para o aprimoramento da administração geral do negócio, principalmente, em termos de custos, preço de venda e patrimônio líquido. Nosso objetivo é ampliar o calendário de seminários, palestras e cursos, entre outras ações voltadas à qualificação das empresas filiadas/associadas – algo que já vínhamos desenvolvendo ao longo da gestão 2013-2016.

Para marcar o cinquentenário da Abigraf-RS, que será celebrado em 28 de julho, e dando sequência às comemorações dos 75 anos do Sindigraf-RS, ocorridos em 2016, teremos o lançamento de um livro que contará a história das entidades. A publicação já está em produção e apresentará fotos e entrevistas com dirigentes, líderes do setor e outros personagens que fazem parte dessa trajetória de lutas e conquistas.

O sucesso das últimas caravanas fez com que ampliássemos o número de feiras com

o apoio do sindicato, para a formação de comitês gaúchas rumo à participação dos empresários gráficos na programação dos eventos. Na primeira viagem do ano, a entidade subsidiará a metade do pacote oferecido para proprietários ou sócios das filiadas/associadas à Expoprint Digital 2017. A participação dos empresários gaúchos ocorrerá em 17 e 18 de março, mas a feira já começa no dia 15 do mesmo mês, em São Paulo. Dessa vez, o subsídio oferecido também abrangerá despesas com transporte para empresas do interior do Estado, mediante ressarcimento com documentos comprobatórios (*saiba mais na página ao lado*).

Nossa agenda de programações será aberta oficialmente no dia 29 de março, com a palestra magna do consultor Eduardo Tevah. A atividade, na Fundação Gaúcha de Bancos Sociais, em Porto Alegre, será uma ótima oportunidade para nos reencontrarmos e conversarmos sobre os projetos do ano. Contamos com a participação de todos para que juntos possamos construir uma categoria mais forte!

Seguiremos com atividades descentralizadas, por meio da realização de novas edições dos encontros empresariais no interior do Estado. Além disso, os convênios também estão sendo ampliados nas áreas de gestão, saúde, capacitação e tecnologia. Quem tiver sugestões de novas parcerias pode repassar para a

equipe comercial do sindicato. Todos os nossos produtos e serviços são uma forma de contrapartida às contribuições realizadas pelas empresas filiadas/associadas.

Já a Abigraf-RS segue em busca de parceiros para o 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, por meio de seu Plano de Patrocínio. Basta fazer contato pelo telefone (51) 3323-0303 ou no e-mail comercial@sindigraf-rs.com.br. Consolidado como o principal concurso do gênero no Estado, o Prêmio Gaúcho se mostra uma grande vitrine tanto para as gráficas como para fornecedores participantes.

Em meio à crise política e econômica generalizada no país, o setor gráfico não se mostra imune. Ficamos mais próximos dos colegas ao longo de minha primeira gestão. A experiência foi muito boa e significativa, pois conseguimos vencer juntos parte das dificuldades. Dessa forma, saímos fortalecidos para os novos desafios de 2017. Nesta nova gestão, que engloba um período administrativo de três anos, continuaremos apoiando o setor, defendendo seus interesses. Com a ampliação das ações de valorização dos impressos gaúchos, esperamos dar mais visibilidade aos nossos produtos, reforçando a qualidade e os demais diferenciais de nossas empresas. Lembrando que somente unidos podemos mais.

EXPEDIENTE

PUBLICAÇÃO DO SINDICATO DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO RIO GRANDE DO SUL

Av. Pernambuco, 2.623 – 5º andar – CEP 90240-005 – Porto Alegre – RS – Brasil – Fone: (51) 3323-0803

www.sindigraf-rs.com.br / sindigraf-rs@sindigraf-rs.com.br / Twitter: @SINDIGRAF-RS / Facebook: Sindigraf-RS Sindicato



Presidente: Angelo Garbarski
1º Vice-Presidente: Roque Noschang
2º Vice-Presidente: Anderson Nunes dos Santos
3º Vice-Presidente: José Mazzarollo
1º Diretor Administrativo: Roberto Antônio Jaeger
2º Diretor Administrativo: Albert Feser
1º Diretor Financeiro: Lourival Lopes dos Reis
2º Diretor Financeiro: José Roberto Lobraico da Silva
Superintendente: Luiz Carlos Gautério Pinheiro

Produção e Execução:



Edição: Fernanda Reche
– MTb 9474
Chefe de reportagem: Cláudia Boff

Textos: Cláudia Boff, Laís Albuquerque e Nathália Cardoso

Revisão: www.pos-texto.com.br

Edição de Arte: Eduardo Mello

Pré-impressão – CtP e Impressão:

Gráfica ANS

Tiragem: 2.000 exemplares

É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE MATÉRIAS, DESDE QUE CITADA A FONTE.

Palestra magna abre programações 2017

Os empresários gráficos contam com diversas atividades promovidas pelo Sindigraf-RS em 2017. Cursos, palestras e seminários fazem parte das ações voltadas à qualificação, que buscam o desenvolvimento do negócio. Entre os temas previstos para integrar as formações estão custos, preço de venda e patrimônio líquido.

As programações do ano serão abertas em 29 de março, com a palestra magna do empresário Eduardo Tevah. O evento ocorrerá na Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, em Porto Alegre (Av. Francisco Silveira Bitencourt, 1928), às 19h30. Integrantes das diretorias do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS também participam no mesmo dia e

local de reuniões plenárias e assembleias, que tratarão da agenda das entidades.

Considerado um dos principais nomes nas áreas de Liderança, Vendas e Mudança Comportamental de Equipes, Tevah reúne ainda a vivência prática como gestor e consultor. Suas apresentações fazem uma reflexão sobre a realidade empresarial, aliadas a soluções práticas. É também autor de cinco livros, entre eles *Vendedor diamante* e *Os diferenciais das pessoas de sucesso*.

As inscrições para o evento estarão disponíveis em breve em www.sindigraf-rs.com.br. Usufrua de mais essa vantagem oferecida às filiadas/associadas. Agende-se desde já e aproveite!

Participe da caravana à Expoprint Digital

Para promover integração e conhecimento aos empresários gráficos, o Sindigraf-RS está organizando uma caravana rumo à ExpoPrint Digital 2017. O evento ocorrerá de 15 a 18 de março na Expo Center Norte, em São Paulo. Filiadas/associadas contam com subsídio do sindicato para aproveitar as programações, desembolsando menos da metade do valor total por pessoa.

O investimento por participante é de R\$ 400, incluindo passagem e taxas aéreas, hospedagem em quartos duplos e com café da manhã. Caso prefira quarto individual, será acrescido R\$ 100 ao valor. Além disso, o pacote conta com seguro de viagem e *transfers* em São Paulo entre o aeroporto, o hotel e o evento.

A saída de Porto Alegre será na manhã de 17 de março. Já o retorno à capital ocorrerá na noite do dia seguinte. São apenas 24 vagas, preenchidas por ordem de inscrição. Elas são exclusivas para proprietário ou sócio cujo nome conste no contrato social cadastrado no Sindigraf-RS. Empresas filiadas/associadas com todas as contribuições em dia com a entidade têm direito a uma vaga.

Gráficas sediadas acima de 150 km de Porto Alegre podem solicitar ressarcimento de despesa com passagem de ônibus ou combustível. Distâncias acima de 300 km receberão ajuda de custo de até R\$ 150 também na diária de hotel de 16 para 17 de março. Os reembolsos serão feitos mediante apresentação de documentos comprobatórios.

Em março, alerta vermelho

O dia da rescisão não pode cair nos 30 dias que antecedem a data-base da categoria gráfica, em 1º de abril, acarretando em multa, com pagamento em dobro do salário. Por isso, março é chamado de mês vermelho e é um período que exige atenção! Outro ponto importante é em relação ao aviso prévio. A lei prevê que, além dos 30 dias

previstos na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), o colaborador tem direito de mais três dias adicionais por ano trabalhado na mesma empresa, não ultrapassando 60 dias. Para rescisões após a data-base, a empresa terá que fornecer uma complementação quanto à diferença de vencimentos quando sair o resultado da convenção coletiva.

7 Fevereiro

Dia dos gráficos

16 Fevereiro

Premiação do 23º Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris

Local: Fort Lauderdale, Flórida (EUA)

Promoção: Conlatingraf, Abigraf Nacional e PAF

17 a 18 Março

Caravana à ExpoPrint Digital 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: APS Feiras

29 Março

Palestra magna com Eduardo Tevah

Local: Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, Porto Alegre (RS)

Horário: 19h30

Promoção: Sindigraf-RS

27 Abril

Dia Mundial do Design Gráfico

2 Maio

Início das inscrições para o 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica

22 a 24 Maio

Photoshop Conference

Local: Teatro Shopping Iguatemi, Campinas (SP)

Promoção: Photopro

12 a 15 Julho

Feira Serigrafia Sign Future Textil 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: Informa Exhibitions

23 a 26 Julho

Escolar Office Brasil 2017

Local: Expo Center Norte, São Paulo (SP)

Promoção: Franca Feiras

28 Julho

Entrega dos troféus do 13º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica e 50 anos da Abigraf-RS

Local: Fiegs, Porto Alegre (RS)

Promoção: Abigraf-RS

Observação: Nos dias 27 e 28 fevereiro, não haverá expediente na sede do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS.

Acompanhe as novidades no site www.sindigraf-rs.com.br e nas páginas do Sindigraf-RS no Facebook e Twitter.

7 DE FEVEREIRO

DIA DOS GRÁFICOS

Parabéns aos profissionais que ajudam a movimentar a indústria gráfica, imprimindo qualidade ao setor.






O DIA A DIA DO PRESIDENTE

11 Janeiro

Expediente no Sindigraf-RS e na Abigraf-RS (Sede, Porto Alegre)

17 Janeiro

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

24 Janeiro

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

31 Janeiro

Reunião do Contrab (Fiergs, Porto Alegre)

AGENDA DO PRESIDENTE

7 Fevereiro

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

14 Fevereiro

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

21 Fevereiro

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

1º Março

Reunião das diretorias executivas do Sindigraf-RS e da Abigraf-RS (sede, Porto Alegre)

7 Março

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

14 Março

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

17 Março

Reunião da diretoria executiva da Abigraf Nacional (Abigraf Nacional, São Paulo)

21 Março

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

28 Março

Reunião da diretoria da Fiergs (Fiergs, Porto Alegre)

29 Março

Reuniões plenárias, assembleias gerais extraordinárias, negociação coletiva e palestra com Eduardo Tevah (Fundação Gaúcha dos Bancos Sociais, Porto Alegre)

CFP Senai dá início a programações em março



O Centro de Formação Profissional (CFP) Senai de Artes Gráficas Henrique D’Ávila Bertaso, de Porto Alegre, já está com programação para 2017! No dia 6 de março, às 18h, visando à qualificação constante do setor gráfico, o centro de formação promoverá a palestra NR-12, que pautará a lei e será aberta a questionamento do público. Na ocasião, também serão apresentados os cursos e assessorias oferecidas pelo CFP Senai, contando com a participação das empresas parceiras. A professora e técnica em impressão *offset* Jaqueline Paz Bonoto, após participar do curso para professores especialistas em pré-impressão, impressão e pós-impressão ministrado pela instituição Print Promotion, na Alemanha, irá debater temas como a Indústria 4.0 e Workflow na indústria gráfica.

Consultorias e descontos

Foi renovada para 2017 a parceria entre o centro de formação e o Sindigraf-RS, mantendo assim as consultorias técnicas que fortaleceram o setor durante 2016. Também se mantiveram as porcentagens de reembolso do sindicato em cursos da instituição, que prevê a restituição de até 70% do valor pago na inscrição, no caso das associadas, e até 55%, se forem filiadas. Confira a tabela completa ao lado.

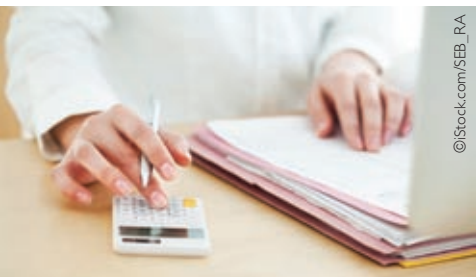
Número de empregados	Participantes por curso
0 a 10	até 3
11 a 30	até 6
Acima de 30	até 10

Classe	Reembolso por distância em km da gráfica até Porto Alegre		
	0 a 100	101 a 300	Acima de 300
Associadas	50%	70%	90%
Filiadas	35%	55%	75%

Nova legislação categoriza a tributação de impressos

O empresariado gráfico começou o ano com o pé direito. Após muita luta da Abigraf Nacional, em conjunto com suas regionais, agora a indústria gráfica brasileira conta com uma nova legislação que redefine a tributação de impressos. Sancionada em 30 de dezembro de 2016, a lei complementar (LC) 157/2016 atende a uma reivindicação antiga, pondo fim ao conflito de competências para operação de comercialização ou industrialização de produtos do setor. Dessa maneira, acaba-se com a bitributação sobre a categoria, problema histórico do setor.

Na LC, o item 13.05 da lista passou a prever expressamente que não incide Imposto sobre Serviço de Qualquer Natureza (ISSQN) sobre impressos sem personalização destinados à venda, como cadernos, agendas e recibos, entre outros. Incluem-se também itens com personalização destinados à integração no processo produtivo ou no produto industrial do cliente, tais como rótulos, etiquetas e embalagens, além de outros. Nesses casos, os impressos serão considerados mercadorias, submetendo-se ao Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), de caráter estadual.



Já o ISSQN, em âmbito municipal, caberá aos impressos destinados ao uso e ao consumo do encomendante ou para distribuição gratuita do cliente. Notas fiscais, folhas timbradas e ingressos são alguns exemplos.

Sistemas operacionais gráficos conveniados

Uma gráfica que visa à otimização e melhoria dos seus processos é uma empresa que está pronta para crescer e conquistar ainda mais clientes. Com esta premissa, o Sindigraf-RS conta, entre suas empresas conveniadas, com a Zênite Sistemas, empresa com mais de 20 anos de atuação no ramo gráfico, que oferece soluções de ferramentas operacionais, administrativa e de gestão. De acordo com a assessora de vendas Simone Duarte, a parceria entre o sindicato e a Zênite inclui um desconto no sistema GE Lite, ferramenta carro-chefe da empresa: “Sua versão Lite permite a gestão das gráficas por meio de uma ferramenta integrada que responde de maneira ágil às demandas de cálculos de orçamentos, emissão de notas fiscais eletrônicas, acompanhamento da execução dos trabalhos e controle de recebimentos e pagamentos”.

Além disso, ela revela que este sistema tem um ótimo custo/benefício, e conta com suporte técnico altamente qualificado e realização de treinamentos gratuitos via internet. O preço pela assinatura mensal do programa é de R\$ 300, e com o desconto para as empresas filiadas/associadas, o valor fecha em R\$ 230 mensais. Simone conta que a contratação pode ser realizada no plano com ou sem fidelidade, e para adquiri-lo basta entrar em contato com a equipe comercial da empresa no telefone (31) 3419-7300 ou via e-mail vendas@zsl.com.br.

Sesi-RS promove cursos de verão

A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa), do Sesi-RS, promove, durante o mês de fevereiro, o curso de Cipa em diversas cidades do Estado. As formações trabalham temas como a prevenção de acidentes no trabalho e doenças ocupacionais, seguindo os requisitos e exigências da Norma Regulamentadora número 5. Ao todo, os cursos têm duração de 20 horas e todos os participantes são certificados após a conclusão das atividades. Para mais informações, basta ligar para a central de atendimento, pelo número 0800-518-555, ou acessar o site www.sesirs.com.br. Confira abaixo as cidades que receberão a qualificação, juntamente às datas de realização.

Formação sobre Cipa percorrerá o Estado

Santa Rosa – 8 a 10 de fevereiro

Caxias do Sul – 6 a 10 e 20 a 24 de fevereiro

Santa Cruz do Sul – 13 a 15 de fevereiro

Porto Alegre, São Leopoldo e Três Coroas
– 13 a 17 de fevereiro

Pelotas – 20 a 22 de fevereiro

Farroupilha, Igrejinha, Panambi e Novo Hamburgo
– 20 a 24 de fevereiro

ENTREVISTA

ANACLETO ORTIGARA / Diretor-técnico do Sebrae-SC

Com formação em Administração de Empresas e especializações voltadas à administração de RH e coaching, Anacleto Ortigara é professor universitário e pesquisador, além de atuar como empresário, palestrante, consultor e diretor-técnico do Sebrae-SC. Abaixo, ele avalia a atuação empreendedora atual.



Arquivo pessoal

Como visualizar oportunidades em meio à crise?

ANACLETO ORTIGARA Nesta situação, o empresário, seja ele de uma longa trajetória ou iniciante no mercado, deve encarar a instabilidade como uma oportunidade de passar a limpo a empresa, refletir sobre a sua missão e encontrar a sua verdadeira identidade empresarial. Também é necessária motivação, mas fiéis aos métodos próprios de trabalho. Estamos atualmente em uma travessia, e precisamos nos ajustar ao que estamos vivendo, por isso também é importante a cautela, uma vez que oportunidades sozinhas não significam saída.

Como uma boa gestão pode ajudar a vencer as adversidades?

ORTIGARA Uma boa gestão é regida por perguntas pontuais, cujas respostas não devem ser evitadas. Muitas vezes, perante as adversidades, os empresários acabam não fazendo os questionamentos corretos ou fugindo das respostas que são necessárias. As adversidades serão vencidas mediante renúncias e muitos ajustes estruturais, além da revisão das competências da organização. Incluindo uma reflexão do que e como podemos aperfeiçoar, desde a melhor ocupação dos espaços até manter um baixo índice de ociosidade do maquinário.

De que maneira empreendedores de pequenas e médias empresas, como as gráficas, ajudam a fomentar a economia local?

ORTIGARA A contribuição da indústria gráfica é notável em sua existência. Contudo, hoje, ela também vive a dificuldade de se reinventar. E este aspecto não é apenas utopia, mas também entrar no universo do cliente e entender, a médio e longo prazos, como podem melhorar os produtos e serviços. A reinvenção vem carregada de oportunidades, mas são poucas as empresas que são competentes para esse processo. A maior contribuição que se pode dar à economia, atualmente, é ser competente e fazer um trabalho de qualidade.

O que é uma empresa de sucesso e como mantê-la?

ORTIGARA A empresa de sucesso normalmente é aquela com maior capacidade de aproveitamento da sua potencialidade de recursos. E estes bens incluem itens de toda ordem, de maneira que, ao englobar todo o espectro de recursos, eles são mais bem aproveitados. Uma empresa bem-sucedida também é capaz de atualizar as suas crenças, apostando no sucesso como fruto de trocas e renúncias.

Quais são os principais desafios dos empreendedores?

ORTIGARA Infelizmente, o grau reduzido de uso da sua própria potencialidade acaba atrasando os empresários gráficos. Eles devem assumir o papel da sua realidade e do seu protagonismo, acreditando que a sua situação é fruto das escolhas feitas.

Promoções e preços baixos atraem clientes na volta às aulas

Com a proximidade da volta às aulas na rede pública e privada, a demanda por materiais escolares aumenta muito entre os meses de fevereiro e março. Em 2017, o ensino privado inicia suas atividades a partir do dia 20 de fevereiro, uma semana antes do Carnaval, que ocorrerá em 28 de fevereiro. Já as aulas no ensino público começam em 6 de março. Para conquistar os estudantes e seus familiares na hora da compra dos materiais escolares, os lojistas estão investindo nos preços baixos e nas promoções.

Ao que tudo indica, o bolso dos consumidores será mais afetado este ano. Segundo dados da Associação Brasileira de Fabricantes e Importadores de Artigos Escolares e de Escritório (ABFIAE), os consumidores devem sentir alta nos preços desses materiais por causa dos impostos, pois a tributação é de 40% em média em cima dos produtos. Além

disso, o preço do papel aumentou cerca de 24% em 2016, o que deve se refletir no valor dos itens de papelaria.

Nas lojas, as marcas especializadas em material escolar seguem investindo em estampas de filmes, desenhos, séries, cantores, bandas e personagens em geral famosos, que sempre chamam a atenção da garotada. Mas segundo o gerente da Papelaria Brasil de Porto Alegre, Deuclides Rosset, essa questão não vem sendo o principal fator de escolha na hora da compra. “Os clientes procuram mais promoção do que marca e personagem. Nem todo mundo tem dinheiro para gastar à vontade”, explica. O gerente conta também que os consumidores estão pesquisando bastante antes de comprar. Entre os itens de maior busca, Rosset indica alguns clássicos: “Lápis, borracha, cadernos, papel para impressora, folhas de E.V.A e apontadores são os mais procurados e os que mais vendem”.



©Stock.com/Artisteer

A coordenadora de Marketing da Casa do Papel de Porto Alegre, Patrícia Morosini, afirma que os valores da cesta básica de material escolar na loja não tiveram reajuste significativo este ano. Para se diferenciar nas vendas, a empresa criou um canal de contato com o consumidor por meio do aplicativo Whatsapp. Os clientes enviam a lista de materiais através de mensagens instantâneas e recebem por ali mesmo um orçamento.

Gráfica gaúcha é campeã no concurso Theobaldo De Nigris

O Rio Grande do Sul estará bem representado no Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo De Nigris 2017. A gráfica Brazicolor, de Caxias do Sul, é uma das ganhadoras da 23ª edição da premiação. A empresa venceu a categoria *Rótulos adesivos com processos especiais*, com o produto Marco Luigi Champenoise 10 anos, desenvolvido para o

cliente Vinícola Marco Luigi Ltda. Nesta edição, serão 11 ganhadores brasileiros, distribuídos em 18 categorias. Como a premiação será nos Estados Unidos, a Abigraf Nacional divulgou a lista dos vencedores antecipadamente, no intuito de evitar prejuízos e contratempos para os empresários gráficos.

Para o diretor da Brazicolor, Celso Antonio Cenci, ganhar o prêmio representa o empenho do trabalho realizado pela equipe, que está sempre em busca da inovação e de melhorias contínuas. A conquista completa a série de reconhecimentos que a gráfica recebeu atualmente. Em 2016, a empresa foi consagrada na categoria *Rótulos autoadesivos com efeitos especiais* do 12º Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica, com a peça

Rótulo Marco Luigi. No 26º Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, ela também saiu vencedora com a peça Rótulo Imaculada Hefeweizen, na categoria *Inovação Tecnológica*.

Segundo Cenci, ganhar um prêmio internacional representa uma motivação maior para seguir os objetivos da empresa. “Além disso, demonstra que temos qualificação para competir com o mercado internacional”, completa. A cerimônia de premiação acontece em 16 de fevereiro, na cidade de Fort Lauderdale, na Flórida (EUA). O concurso é realizado pela Confederação Latino-Americana da Indústria Gráfica (Conlatingraf), com coordenação da Printing Association of Florida (PAF) e promoção no Brasil da Abigraf Nacional.



Divulgação/Brazicolor

Entrega da Rais vai até 17 de março

O prazo para entrega da declaração da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) de 2016, iniciado em 17 de janeiro, segue até o dia 17 de março. A iniciativa é considerada a base de informação mais completa mais completa do gênero no Brasil, armazenando dados tanto das empresas quanto dos empregados.

Empreendedores com inscrição ativa no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ)

da Receita Federal no ano passado ou com Cadastro de Empresa Individual (CEI), independentemente de possuírem empregados ou não, são obrigadas a enviar o documento. No caso dos Microempreendedores Individuais (MEI), só é necessário se existirem trabalhadores vinculados. As empresas que possuem mais de 11 colaboradores devem utilizar o Certificado Digital ICP-Brasil, e-CPF ou e-CNPJ para enviar

a Rais. Para as demais, a utilização do certificado é facultativa.

A declaração é feita somente pela internet, por meio do programa GDRais 2016, disponível em www.rais.gov.br. Empresas que não entregarem a Rais dentro do prazo ou que enviarem informações erradas pagarão multa conforme o tempo de atraso e o número de funcionários. Os valores vão de R\$ 425,64 a R\$ 42.641.

Um mundo de possibilidades

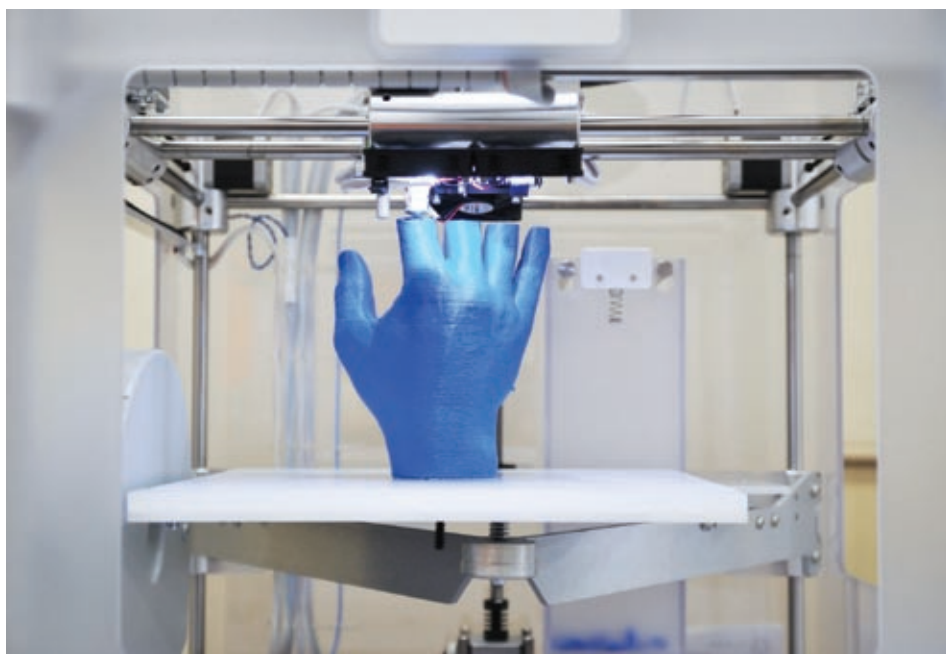
Madeira, cerâmica, vidro, metal e plástico, entre outras matérias-primas: com as novas tecnologias, praticamente tudo pode ser um substrato. A impressão digital e a impressão 3D trazem inovação e são um mercado promissor para os empresários gráficos

Desde seu início, a indústria gráfica sempre trabalhou com substratos que iam além do papel. Mas as dificuldades encontradas eram um empecilho para que as gráficas se empenhassem em trabalhar com outros materiais. Com o avanço da tecnologia, a impressão em diversos substratos e de objetos virou algo rápido e de fácil alcance. A impressão das coisas vem crescendo dentro do mercado gráfico e deve ganhar a atenção dos empresários.

Se antes os gráficos usavam técnicas como a tampografia e a serigrafia, hoje, com a maturidade da impressão digital e da *ink-jet*, tudo mudou. O presidente da Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), Bruno Cialone, conta que a revolução tecnológica trouxe agilidade. “Antigamente, para imprimir em uma bola de tênis, precisava fazer uma estampa e ter uma máquina onde ia uma bola única, como um carimbo. Hoje imprimimos qualquer objeto, bi ou tridimensional, e eu posso imprimir em mil bolas com o nome de cada torcedor”, aponta.

Essas novidades abrem mercados em que antes não se tinha a possibilidade de fazer parte. “Não é que o digital facilita, mas ele veio para abrir à indústria gráfica o ramo da customização”, define Cialone. Com a opção de imprimir direto no material definitivo, hoje o cliente pode personalizar. Ele pode imprimir o que ele quiser em um móvel, em um item de decoração e até mesmo em roupas. “A procura pelo tecido em digital está aumentando, porque é possível imprimir em quase todos os tecidos. Existe desfile de moda onde tudo é impresso digitalmente”, acrescenta o consultor. É possível imprimir em madeira, cerâmica, vidro, metal e plástico, entre outros, tudo em velocidade altíssima.

Graças às possibilidades que os gráficos têm hoje, é possível fazer uma analogia com o conceito de “internet das coisas”, e dizer que estamos na era da “impressão das coisas”. Com a impressão 3D, por exemplo, é possível im-



©iStock.com/Dream Nikon

primir literalmente tudo: desde uma simples colher até um carro. Apesar de ser um mercado que cresce lentamente no Brasil e que ainda não é tão popular, ela já é uma tecnologia madura e que deixou de ser novidade, mas que ainda não é popular. “O mundo gráfico sempre torce o nariz para o 3D e isso é errado. Antes dela, demorava de três a cinco dias para fazer um protótipo. Hoje imprimimos em algumas horas”, exemplifica Cialone.

Empresários devem estar sempre abertos às novidades

Por outro lado, é compreensível que os gráficos tenham um pé atrás com esse tipo de impressão, pois ainda existe uma resistência por parte daqueles que desconhecem a modalidade. Segundo o consultor, cabe ao empresário conscientizar o cliente sobre as novas possibilidades: “Hoje a indústria gráfica deve ir além. O empresário precisa ser também um provedor de soluções para o cliente”.

Diversos segmentos já fazem variados objetos nas impressoras 3D – um ramo no Brasil em que é interessante entrar. “A impressão 3D

abre mercados que o empresário gráfico não está acostumado”, ressalta o consultor. Mas antes de investir em qualquer novidade, o empresário tem que pesquisar e se capacitar.

É importante analisar itens como a dimensão do mercado, quem são os concorrentes, como estão os preços de maquinário e suprimentos e o que a sua empresa tem para oferecer a mais. Este é um negócio que exige materiais diferentes, certamente com novos fornecedores. Cialone dá destaque também à mudança de gestão: “Quando há uma mudança de foco da empresa, o empresário esquece da gestão. É importante saber que só o equipamento não faz a mudança. Se não tiver as cabeças pensantes, não há nada”, afirma.

Todos os níveis da empresa precisam se preparar para receber as novas tecnologias, desde o operador das máquinas até o gestor. Hoje existem cursos, faculdades e até mesmo pós-graduação que detalham as inovações tecnológicas e preparam os colaboradores para o trabalho. Segundo o consultor, sem preparo a tecnologia deixa de ser uma solução e vira problema. “Investe-se muito em tecnologia-máquina, mas pecam no investimento humano. A tecnologia é ótima, desde que se tenha quem saiba como usá-la”, aconselha.

Especial

Com a estabilização da economia no horizonte do empresário gráfico, a previsão é de um ano de crescimento tímido, mas constante. Com os cuidados necessários, 2017 pode apresentar um futuro muito promissor em todos os setores do mercado gaúcho. Que tal começar a se planejar para um novo ciclo de sucesso?

Estratégias para vencer em 2017

Desde que o mundo é mundo, o planejamento é fundamental para a existência da raça humana. Se não nos prepararmos para o que vem no futuro, como saberemos usufruir dos melhores insumos e evitar as piores tragédias? Ao pensar em planejamento como parte da vida, fica mais fácil entendê-lo como necessário à sobrevivência – seja sua, seja da sua empresa. Pensar nas diferentes possibilidades, antever problemas, esquematizar pensamentos, estabelecer metas e rever decisões passadas é apenas a ponta do *iceberg* de tudo o que deve envolver um planejamento completo e de qualidade.

Para 2017, a previsão é de que o pior da recessão já tenha passado, e que, a pequenos passos, a economia volte a se estabelecer. Segundo o consultor empresarial catarinense Luc Pinheiro, apesar de tímida, a curva da economia finalmente inverteu o viés e as perspectivas são otimistas: “Vamos crescer e isto deve ser tratado como uma notícia boa. Além dos índices de crescimento do PIB, o índice de confiança do empresário também é muito importante e ele está aumentando também”. Por isso, nada melhor do que se sentar, se organizar e se preparar para um ano de retomada da economia, que, com o devido cuidado, pode ser fantástico para as empresas.

O poder do cliente

São diversos os fatores que devem ser levados em consideração durante o processo de planejamento para o ano. E também não há uma receita de bolo que vá servir universalmente – cada empresa terá que avaliar qual metodologia funciona melhor para a sua situação. Caso você precise de um guia melhor estabelecido, uma boa opção seria rever dados como o seu ramo de atividade, público-alvo e necessidades, e assim traçar um plano de negócios mais certo. Além disso, desenvolver esse tipo de plano ajuda o empresário a ampliar a sua visão sobre a situação geral não apenas do seu negócio, mas também do mercado como um todo.

Pinheiro também ressalta a importância de manter uma perspectiva investidora, mesmo em um cenário que talvez não pareça tão encorajador, mas, claro, seguindo uma postura de muita cautela, nunca ‘dando um passo maior que a perna’. “Com o devido cuidado, o empresário deve manter o controle das suas despesas na ponta do lápis, mas sem deixar de investir, principalmente as áreas de vendas e atendimento de clientes”, completa. Segundo o consultor, estes setores da empresa exigem uma atenção especial, por serem os responsáveis pela manutenção, relacionamento e prospecção de possíveis clientes, mantendo assim a reputação da gráfica em alta.

Conforme o especialista, o próprio planejamento da empresa para 2017 deve estar voltado para o consumidor. Ele afirma que, em momentos como o atual, muitas empresas se retraem a ponto de abandonarem seus clientes e seu mercado, acreditando que eles ainda estão em crise. “Contudo, o ideal é sempre estar próximo do cliente, de maneira que assim que ele demonstrar interesse em comprar, devemos estar preparados para vender. Então, neste ano, o planejamento

deve contemplar muitas ações de proximidade com clientes atuais e potenciais”, revela.

A estratégia

Um dos métodos mais utilizados para se preparar para um novo ano é o planejamento estratégico. Segundo o consultor, ele ajuda a definir um norte para a empresa para o médio prazo e, a partir dele, estabelecer os principais projetos e ações, os objetivos estratégicos, que guiarão a empresa ao sucesso. “É um processo que deve ser conduzido pela alta direção da empresa, após muito debate e acesso a informações estratégicas”, conta. Este tipo de planejamento deve ser revisado anualmente, e a equipe responsável pela gestão deve ser representada por lideranças fortes e ágeis para que o negócio não perca sua força e velocidade. Além disso, se as estratégias não forem executadas e implementadas com agilidade, há o risco de se ficar apenas no plano das ideias, acarretando em prejuízo para o empreendimento.

Outra metodologia que tem se mostrado efetiva é o estabelecimento de metas, de maneira que os gestores possam definir objetivos e trabalhar com este foco. Pinheiro indica que estas metas sejam criadas a partir de um processo composto por duas etapas. O primeiro deve ser pautado ao antever a demanda do mercado do setor gráfico para o ano; enquanto o segundo deve analisar a capacidade de vendas da empresa e as condições dela ocupar este mercado. “Para 2017, o primeiro item será o mais difícil, uma vez que ainda não temos um panorama completo da economia, enquanto o segundo passo deve ser mais tranquilo. Neste caso, o ideal é rever as metas do ano a cada três meses, conforme o cenário econômico se desenrola”, destaca o consultor.

Início, meio e fim

Muitos empreendedores podem se sentir perdidos ao pensar por onde começar na hora de fazer planos para o ano que começa agora. Para elaborar um planejamento de qualidade e assertivo, é preciso seguir etapas precisas e fazer avaliações pontuais sobre o que se deseja alcançar, e o que você espera superar e deixar no passado.

Diagnóstico – Antes de partir para a fase de colocar tudo no papel, reúna a equipe e analise, juntamente aos seus colaboradores, o desempenho da empresa ao longo do ano. A seguir, distribua formulários e peça que eles contribuam anonimamente com sugestões e ideias de como a gráfica pode melhorar e quais aspectos já estão bons e devem ser incentivados.

Objetivos – Após analisar, com calma, a avaliação feita por você e pelos colaboradores, é hora de reunir os dados obtidos e começar o planejamento. Esta é a parte de traçar as suas metas para o ano, examinar dados de mercado, pesquisar novos fornecedores, prospectar possíveis clientes. Com objetivos bem delineados, o planejamento toma forma e fica mais fácil de ser seguido.

Ações – A prática pode ser a parte mais difícil de um planejamento. Muitos gestores perdem ‘o gás’ depois de algum tempo, principalmente se surgem adversidades ou ainda se a máquina da empresa não está bem engrenada. Com paciência e perseverança, além de muita força de vontade e liderança por parte do empreendedor, os planos de um ano próspero saem do papel.

E os desafios na hora de formular o planejamento não são poucos. Planejar significa alinhar objetivos com processos e recursos; entre eles, pessoas. Pinheiro conta que muitos empresários estabelecem os seus alvos, mas não se dão conta de que é necessário rever processos para alcançar os objetivos. “E em outras questões, a própria equipe não tem condições de levar a empresa até onde queremos. Não que os colaboradores sejam incompetentes, mas a atividade pedida talvez esteja além da sua capacidade, sendo que a equipe precisaria receber treinamentos mais completos”, destaca.

Outro ponto delicado ao fazer o planejamento é ter a percepção de como a empresa está enfrentando o momento econômico atual. Se a gráfica está encarando dificuldades ou mesmo se encontra num bom momento, é interessante observar o que está dando certo e o que precisa ser corrigido. “A análise do cenário da empresa é imprescindível para uma boa preparação para o futuro. Estes fatores bem estabelecidos tornam o planejamento mais consistente, pois não é possível se preparar sem se debruçar so-

bre as causas que nos trouxeram até o momento presente”, completa o profissional.

Contudo, é importante ressaltar que chega uma hora em que devemos entender que podemos ir aprimorando e colocando em prática o que foi formulado. À medida que forem desenvolvidas as soluções de cada processo, começa a surgir a necessidade de uma revisão deste plano, uma vez que nem todos os aspectos sempre saem como o esperado e, ao longo do tempo, com alguns ajustes, a metodologia pode se aproximar à perfeição.

Além de estar devidamente preparado para encarar este ano cheio de desafios, o empresário deve investir na sua própria formação, capacitando-se para comandar a sua gráfica. Segundo o consultor, estudar, ler e se informar nunca é demais: “Acredito que nossos gestores precisam cada vez mais se conscientizar de que é necessário reservar tempo nas suas agendas para investir em qualificações não apenas em assuntos técnicos relacionados ao seu setor, mas também de gestão e de empreendedorismo”.



o empresário precisa controlar sua ansiedade, pois isso é altamente improdutivo. “Conciliar o lado profissional com o pessoal é ter mais tempo para ficar com sua família e ter mais qualidade de vida. Assim você aproveita suas conquistas estando pleno e motivado para gerenciar seu negócio com êxito, sem ser cobrado pelos parentes por estar sempre ausente”, define.

Em empresas familiares, o desafio aumenta

No ramo gráfico, é bastante comum que as empresas tenham sido passadas de pai para filho. Muitas vezes, boa parte da família trabalha junto, o que aumenta ainda mais o desafio de manter a vida pessoal longe da profissional. Marques afirma que, nesses casos, algumas regras devem ser estabelecidas entre os familiares: “Você pode definir que quando estiver em casa só irá atender ligações realmente urgentes e o que não obedecer a esta lógica deve ser resolvido no dia seguinte”. E aconselha: “Não leve demandas de trabalho para casa e nunca faça deste ambiente uma extensão do escritório”. Nos negócios, isso também deve ser aplicado: o ideal é não usar o ambiente da empresa para discutir questões exclusivamente familiares e que não têm nenhuma relação com o negócio. “Vá criando este hábito, impondo suas regras e eduque você, sua equipe e seus parentes. Com o tempo, isso se tornará um comportamento normal a todos”, orienta o consultor.

Para reter os conflitos, o importante é impor limites. Os empresários precisam buscar o crescimento pessoal e profissional, mas tendo a noção de que um aspecto de sua vida não pode comprometer o sucesso do outro. Marques indica que o caminho do equilíbrio está na separação das coisas e na definição clara de seus objetivos pessoais e profissionais. “Quando estiver na empresa, concentre-se apenas na gestão do negócio. Quando estiver com a família, sempre dê espaço para os assuntos pessoais, sem abordar questões profissionais”, aconselha. Resolvendo os conflitos de forma separada e equilibrando família e trabalho, as chances de sucesso são ainda maiores. “É um grande desafio, mas pode ser alcançado com uma boa gestão do tempo, foco e comprometimento com os resultados que você deseja alcançar”, orienta Marques.

Um equilíbrio necessário

Gerenciar a família, os amigos e os negócios, dando atenção suficiente para todos, não é nada fácil. Os empresários devem ter bastante disciplina e organização para equilibrar tanto a vida pessoal quanto a profissional

Equilibrar a vida pessoal e a profissional costuma ser uma das tarefas mais difíceis na trajetória de um empresário. Manejar o tempo corretamente e dosar a atenção dada a cada momento requer organização e disciplina. Se isso não ocorre, os problemas pessoais começam a influenciar na carreira profissional, e o contrário também ocorrerá com frequência. Com o avanço das tecnologias e a oportunidade de estar sempre conectado, fica ainda mais complicado para o empresário se desligar da empresa para cuidar de assuntos particulares ou se manter focado no trabalho sem ter contato com problemas pessoais.

Segundo o consultor e diretor-executivo do Instituto Brasileiro de Coaching (IBC), Marcus Marques, não misturar a vida profissional e pessoal é essencial. “Em nossa vida exercemos diversos papéis, porém cada um tem um contexto e um momento certo para acontecer. É

muito importante que esses dois aspectos da vida estejam alinhados e equilibrados, pois quando algo está fora de lugar, o risco de que um afete o outro é imenso”, enfatiza. Para isso, segundo o profissional, três itens são cruciais: “É fundamental ter senso crítico para avaliar com clareza as situações e tomar decisões assertivas; inteligência emocional para lidar com os momentos de conflitos e não perder o eixo; metas bem definidas para manter-se focado e ter um espírito empreendedor para não desanimar frente às dificuldades”.

Os avanços tecnológicos trouxeram dificuldades para separar a vida pessoal da profissional. Se antes se manter afastado bastava, hoje uma mensagem instantânea por meio da internet ou do seu *smartphone* pessoal já pode tirar o foco do trabalho ou do passeio em família. Se por um lado a facilidade de comunicação é uma dádiva, o bom senso deve prevalecer. Marques indica que

Acelere o crescimento de sua empresa com os Indicadores Setoriais

Serviço gratuito é oferecido pelo Sindigraf-RS para os empresários gráficos gaúchos há 18 anos e vem contribuindo para as tomadas de decisão

Analisar indicadores é fundamental para uma empresa. Através desses dados os empreendedores têm uma noção mais aprofundada sobre os processos da gráfica, seus setores, suas vendas e seus clientes, entre outros. Eles funcionam como um termômetro e mostram se está tudo bem com o empreendimento ou com o setor em que a empresa atua.

Desde 1999, o Sindigraf-RS oferece o serviço de Indicadores Setoriais da Indústria Gráfica no Rio Grande do Sul, exclusivo para as empresas gráficas gaúchas. Os indicadores do serviço auxiliam as filiadas/associadas à entidade em sua gestão e são contabilizados por meio dos dados informados pelas gráficas inscritas. Depois da tabulação por indicador, é possível obter o resultado do desempenho médio do setor e do segmento. Tendo esses dados, fica fácil comparar o resultado individual de sua empresa e será possível avaliar como melhorar o desempenho em algum processo, na comparação com o mercado. As empresas participantes recebem estes resultados por meio de e-mails, que também ficam disponibilizados no sistema de gerenciamento para consulta.

As principais vantagens que a empresa poderá obter participando do serviço são em relação às tomadas de decisão e aos mecanismos de gestão. Através dos indicadores, é possível detectar os pontos mais críticos da empresa, e assim analisar quais estratégias e melhorias devem ser implantadas. Para as empresas que participam do Programa Gaúcho da Qualidade e Produtividade (PGQP), o serviço de indicadores oferecido pelo sindicato é um diferencial, pois auxilia no atendimento ao critério *Resultados da Organização*.

Serviço está disponível para todas as gráficas do Estado

A partir do momento em que a empresa faz parte do serviço de Indicadores Setoriais, ela deve criar e manter uma metodologia para coletar e registrar mensalmente os dados solici-

tados pela iniciativa. É por meio desses números que os índices serão calculados, com base nas fórmulas padronizadas que são disponibilizadas via sistema de gerenciamento dos indicadores. É importante que o empresário saiba que os dados de cada empresa são sigilosos. Quem acessar a plataforma verá os números gerais das empresas participantes, mas não saberá os dados particulares de cada gráfica.

A inserção dos dados é feita no site www.sindigraf-rs.com.br. Alguns dos indicadores acompanhados no momento são: porcentagem de rotatividade; número de horas de treinamento por funcionário, porcentagem do nível de escolaridade; valor do faturamento por funcionário; porcentagem de horas de acidente de trabalho; *setup* de impressão *offset*, serigráfica e tipográfica e pontuação nos critérios de avaliação do PGQP.

Todas as gráficas afiliadas em um dos sindicatos patronais do Estado – Sindigraf-RS, Singraf (Caxias do Sul) e Singrapel (Pelotas) – podem se inscrever e mandar seus dados. As interessadas precisam enviar para a secretaria executiva das entidades uma ficha de inscrição assinada. A partir disso os sindicatos farão o cadastramento das gráficas no sistema. As empresas receberão um e-mail confirmando a participação, que conterá o *login* e a senha para acessar o sistema pela internet. As participantes inscritas podem escolher os indicadores que desejarem, não sendo obrigatório trabalhar com todos. A ficha de inscrição está disponível no site do Sindigraf-RS e o envio pode ser feito através do fax (51) 3346-1920 ou pelo e-mail administrativo@sindigraf-rs.com.br. Aproveite e acelere o crescimento de sua empresa.



©iStock.com/Everything Possible

Simule e participe

O Sindigraf-RS oferece uma demonstração para os interessados em participar dos Indicadores Setoriais. Para isso, você precisa:

- ▶ Acessar o link www.sindigraf-rs.com.br/produtos-e-servicos/indicadores-setoriais/demo
- ▶ Fornecer os dados da empresa e os dados de contato
- ▶ Ali você saberá quais são os indicadores utilizados e verá uma amostra de como funciona a plataforma

Gostou do serviço? Para se inscrever, é fácil:

- ▶ Preencha a ficha disponível em www.sindigraf-rs.com.br/download/downloads/3/ficha-de-inscricao-para-os-indicadores-setoriais
- ▶ Envie a solicitação para o fax (51) 3346-1920 ou pelo e-mail administrativo@sindigraf-rs.com.br

Caminho para o reconhecimento

Você já pensou no Prêmio Gaúcho de Excelência Gráfica como passaporte para outras premiações do setor gráfico? Ao participar – e ganhar em alguma categoria – de uma competição estadual, como é o caso do Prêmio Gaúcho, a gráfica não ganha apenas visibilidade e reconhecimento por um bom trabalho. A empresa também é inscrita automaticamente no Prêmio Brasileiro de Excelência Gráfica Fernando Pini, que acontece anualmente em São Paulo. Então, além de colher os louros do trabalho bem-feito em um impresso, também nasce a oportunidade de elevar o nome da sua empresa em âmbito nacional. Além disso, com o Concurso Latino-Americano de Produtos Gráficos Theobaldo de Nigris, há mais uma chance de mostrar a sua produção de peças, agora em escala internacional, e também sair premiado.

A Grafdil, de Dois Irmãos, é uma das gráficas que contam com o Prêmio Gaúcho para promover as suas peças. De acordo com o diretor da gráfica, Gustavo Schneider, a Grafdil participa da premiação desde a sua primeira edição, em 2004, e, ao longo das 12 edições, foram 29 pro-

duto vencedores. Schneider revela que um bom desempenho no Prêmio Gaúcho demonstrou ser uma prévia para as demais premiações: “No nosso concurso local, os produtos são analisados por uma equipe qualificada de jurados. Se o produto ficou entre os finalistas, significa que está apto a participar de outras premiações”.

Em 2016, a Grafdil saiu do Prêmio Gaúcho com dois troféus (foto), na categoria de Embalagens. No Fernando Pini, o mesmo segmento rendeu novamente um prêmio, desta vez com a caixa de presente Barber Shop, na categoria *Embalagens semirrígidas com efeitos gráficos*. Schneider ainda ressalta que ser uma gráfica premiada é um fator levado em consideração pelo cliente ao optar pela Grafdil. “É uma confirmação da capacidade da empresa de produzir impressos de qualidade”, completa. O empresário ainda orgulha-se pelo sucesso das peças da empresa, uma vez que as premiações são o reconhecimento da dedicação empreendida: “E também significam a realização de um objetivo da empresa, que é ser referência em produtos de alta qualidade desenvolvidos juntamente aos clientes”.



Divulgação/Grafdil

Para a Brazicolor, gráfica gaúcha que saiu vencedora nas três instâncias – Prêmio Gaúcho, Fernando Pini e Theobaldo de Nigris –, a presença em prêmios auxilia na negociação e na divulgação da empresa, demonstrando a qualidade dos impressos. “Nossa empresa participa do Prêmio Gaúcho há mais de 10 anos e em todos eles temos classificado produtos entre os cinco finalistas, principalmente na categoria de rótulos, nossa especialidade”, revela o diretor da empresa, Celso Cenci. Ele ainda conta que ser campeã é sempre um incentivo a mais para continuar melhorando: “Ao ganhar o Prêmio Gaúcho, já demonstramos que há chances de sairmos vitoriosos de mais concursos. E também que estamos no caminho certo, buscando a inovação, a sustentabilidade e a evolução”.

Suba neste palco e mostre seu talento!

Patrocine e fortaleça sua marca no mercado gráfico gaúcho!

Contate a área comercial da Abigraf-RS pelo Fone (51) 3323-0303 ou e-mail comercial@abigraf-rs.com.br

REALIZAÇÃO



PARCEIROS



PATROCÍNIO

MASTER



PREMIUM



Mais precisão quanto ao ISSQN e ao ICMS

Foi publicada em 30 de dezembro a lei complementar nº 157/16, que muda a redação do item 13.05 da lista de serviços tributáveis pelo ISSQN anexa à lei complementar nº 116/03, com repercussões importantes para a tributação do setor gráfico. Comparando-se com a redação anterior, a nova excepciona expressamente da incidência do ISSQN os impressos destinados a posterior operação de comercialização ou industrialização, os quais ficam também expressamente atribuídos ao campo de incidência do ICMS.

Na redação anterior – “Composição gráfica, fotocomposição, clicheria, zincografia, litografia e fotolitografia”. Já a redação posterior – “Composição gráfica, inclusive confecção de impressos gráficos, fotocomposição, clicheria, zincografia, litografia, fotolitografia, exceto se destinados a posterior operação de comercialização ou industrialização, ainda que incorporados, de qualquer forma, a outra mercadoria que deva ser objeto de posterior circulação, tais co-

mo bulas, rótulos, etiquetas, caixas, cartuchos e embalagens, manuais técnicos e de instrução quando ficarão sujeitos ao ICMS”.

Com essa alteração, soluciona-se o conflito de competência entre ISSQN e ICMS, que há tantos anos trazia insegurança ao setor, o qual passa a ter certeza sobre como tributar cada tipo de impresso conforme a destinação que lhe é dada:

1) Impressos sem personalização destinados à venda, tais como cadernos, agendas, pastas, registros de escrituração, fichas, embalagens, notas promissórias, recibos e envelopes para pagamentos, entre outros, ou impressos com personalização destinados a serem integrados no processo produtivo ou no produto industrial do encomendante, como bulas, rótulos, etiquetas, caixas, manuais técnicos e de instrução são considerados mercadorias e se submetem ao ICMS;

2) Impressos personalizados destinados a uso e consumo do encomendante ou distribuição gratuita, tais como notas fiscais, folhas e

envelopes timbrados, faturas, cartões de visita, agendas, passagens, histórico escolar, ingressos, recibos, apólices, cartelas, carnês de pagamento, carteiras associativas e estudantis, crachás, blocos, contratos, cardápios, convites, pastas com timbre, receiptários, cartazes, malas-diretas, banners, faixas, lonas, displays, adesivos, *frontlight*, caixas, sacolas, sacos de papel, calendários, *folders*, *flyers*, folhetos e catálogos promocionais, entre outros, são considerados prestação de serviços e se submetem ao ISSQN.



Divulgação

EDUARDO PLASTINA
Advogado tributarista

Técnicas para alavancar sua empresa

Para aprimorar a comunicação em uma organização, tornando-a mais direta e ao mesmo tempo cordial, podemos lançar mão de determinadas técnicas de vendas e atendimento que têm funcionado muito bem no mercado. Confira algumas delas que ajudarão a alavancar as oportunidades e os negócios de sua empresa:

1. Entenda o perfil de seu cliente: o primeiro passo é conhecê-lo. Onde ele está, qual é o segmento de mercado em que atua, como é o processo de decisão de compra, quais são os decisores e influenciadores.

2. Foque sempre na solução do problema: o que mais chama a atenção do consumidor é o benefício que ele conseguirá por meio do produto ou serviço que sua empresa oferece. Por isso, é importante identificar com seu potencial cliente o problema específico que ele precisa solucionar.

3. Destaque os diferenciais do seu produto ou serviço: busque argumentos mais fortes do que preço. Será que seu atendimento é melhor do que os competidores? Ou então, o tempo de entrega, a tecnologia usada, a qualidade dos componentes na fabricação, a metodologia, enfim, tudo o que te destaca das outras soluções disponíveis.

4. Identifique objeções: quando um cliente rejeita seu produto ou serviço é preciso repensar em toda a estratégia. No entanto, quando ele faz objeções, demonstra também interesse pela proposta. Lembre que as perguntas são a matéria-prima fundamental de uma boa negociação.

5. Saiba como contornar objeções: nunca se mostre em oposição ao cliente. Pelo contrário, ele precisa sentir que você está ali para solucionar o problema dele. Por isso, escute mais, preste atenção e seja objetivo ao falar. Se o cliente esti-



Divulgação/Pilar Comunicação

GUSTAVO PAULILLO
CEO do Agendor

ver desconfiado da qualidade e eficiência de seu produto, uma boa saída é apresentar alguns casos de outras empresas, estudos e outros elementos que possam conquistar sua confiança. Se desvantagens em relação à concorrência forem levantadas, mostre de forma concreta outros benefícios oferecidos que compensam tais pontos.

Unindo uma forma de pensar positiva com as técnicas certas, você estará mais próximo do sim.

Seguindo o sonho do empreendedorismo

Assim como grande parte dos empresários gaúchos, Andrea Paradedda teve a sua vida marcada por tintas, papéis, chapas, máquinas e todo tipo de material de trabalho de uma gráfica. Ela conta que, por ter crescido em uma família dona deste tipo de empreendimento, se envolveu no negócio ainda jovem, aos 17 anos: “Comecei a trabalhar logo que comecei o curso de Administração de Empresas. Na época, fiz questão de realizar um estágio prático, passando por todos os setores da empresa, para conhecê-la melhor”. Na época, ela trabalhava junto ao seu pai, Marco Aurélio Paradedda, na gráfica Grupograf, em Porto Alegre.

Contudo, os ventos mudaram e, após a venda da Grupograf, em 1997, Andrea e seu irmão, Rafael, decidiram comprar e montar a sua própria empresa, nascendo então a River Print. Entretanto, Rafael decidiu apostar em outra área, e Marco Aurélio e ela começaram a tocar a nova gráfica juntos. Já há 20 anos à frente da empresa, Andrea revela que o grande potencial do setor gráfico é o que a cativou desde o início: “Pelo que eu vejo, o nosso segmento pode evoluir muito juntamente ao avanço da tecnologia, principalmente no processo digital. Além disso, cada vez mais surgem novas oportunidades nos diferentes nichos da indústria gráfica”.



Arquivo pessoal

Administradora formada, o grande sonho de Andrea era ter uma empresa – e o setor gráfico caiu como uma luva na sua personalidade empreendedora. “Ter um negócio neste país não é fácil, mas eu sempre quis ser empresária. Eu gosto de conquistar o cliente e ver uma matéria-prima se transformando em produto final”, conta. Andrea orgulha-se muito dos avanços da River Print, principalmente quando as peças viram realidade: “Até hoje fico emocionada quando vejo, no ponto de venda, um rótulo que produzimos”. Mas para chegar até o produto final, ela conta que é preciso ter muita paciência e dedicação, uma vez que, para ela, a parte mais desafiadora da

produção gráfica é realizar a peça exatamente como o cliente imagina.

E os últimos 20 anos foram repletos de desafios, que exigiram muita sabedoria e jogo de cintura da empresária. Segundo ela, há 7 anos a diretoria da gráfica resolveu implementar o processo de impressão digital: “Estruturalmente, foi o nosso maior desafio enquanto empresa. Na época, era uma novidade no Brasil e também um grande passo para nós”. Segundo ela, com os devidos ajustes e investimentos, o processo definiu um novo caminho para a River Print na impressão de rótulos e etiquetas. Para vencer as dificuldades atuais, Andrea revela que a gráfica lida com a crise apostando em muito trabalho, dedicação e sempre procura levar novas soluções para os clientes. E ainda aconselha: “Com calma e perseverança se vai longe”.

O ano em que a empresa completa 20 anos também será um marco na carreira de Andrea como empresária gráfica – em 2017, ela assumiu a posição como diretora plenária da Abigraf-RS, seguindo os passos do seu pai, que comandou a diretoria do Sindigraf-RS de 1989 a 1992. “Fico muito honrada em ocupar este cargo, pois acho que é extremamente importante a colaboração de todos para o setor se manter unido e também fortificar as suas posições no mercado”, comenta.

AGENDA FISCAL – Fevereiro de 2017

Imposto/contribuição	Base de cálculo	Vencimento	Imposto/Contribuição	Base de cálculo	Vencimento
IOF	3º decênio 01/2017	3/2	Cofins/PIS/CSLL de terceiros	Mês 01/2017	20/2
Salário	Folha de pagamento 01/2017	6/2	Imposto de Renda na Fonte	Mês 01/2017	20/2
Empreg. Doméstico	DAE mês 01/2017	7/2	PGDAS-D	Mês 01/2017	20/2
FGTS	Folha de pagamento 01/2017	7/2	Paes	Parcela INSS lei 10.684/2003	20/2
Minist. do Trabalho – Caged	Folha de pagamento 01/2017	7/2	Paex MP 303/2006	Parcela INSS MP 303/2006	20/2
ISSQN (Porto Alegre)	Declaração Mensal Eletrônica	10/2	ICMS – Substituição Tributária	Mês 12/2016	20/2
ISSQN	Prestação de Serviços 01/2017	10/2	DCTF – Mensal	Mês 12/2016	21/2
Nota Fiscal Gaúcha	Mês 01/2017 – Arquivo Eletrônico	13/2	ICMS – Indústria – Cat. Geral	Vendas 01/2017	22/2
ICMS – Comércio – Categ. Geral	Vendas 01/2017	13/2	IOF	2º decênio 02/2017	23/2
Gia Mensal Categ. Geral	Vendas do mês 01/2017	13/2	Cofins	Faturamento 01/2017	24/2
EFD – PIS/Cofins /INSS	Mês 12/2016	14/2	PIS	Faturamento 01/2017	24/2
EFD – Escrit. Fiscal Estadual	Mês 01/2017	14/2	DeSTDA	Declaração Subst.Trib/Difer. Alíq.	24/2
IOF	1º decênio 02/2017	15/2	Contribuição Social s/lucro	Faturamento 01/2017	24/2
Previdência Social	Contribuinte Individual	15/2	Imposto de Renda s/lucro	Faturamento 01/2017	24/2
Simei	Faturamento 01/2017	20/2	Parcelamento lei 12.996	Parcela 01/2017	24/2
Simples Nacional	Faturamento 01/2017	20/2	Refis/Paes/lei 11.941/12.865	Pagamento SRF, PGFN	24/2
Previdência Social	Folha de pagamento 01/2017	20/2	Contribuição Social	Sindigraf-RS	24/2
ICMS – Diferença de Alíquota S N	Mês 12/2016	20/2			

Fonte: Assessoria Contábil Antônio Michel P. Miralla

Diferencial através da metalgrafia

Apesar de um pouco desconhecida, a impressão em metal já é comum no nosso cotidiano. É possível encontrá-la em placas, chaveiros, medalhas e artigos de decoração, como quadros e caixas. Hoje, até mesmo impressão 3D neste substrato já existe. Entretanto, no Brasil o principal objeto que utiliza essa técnica são as latas. Feitas normalmente de aço ou alumínio, elas são bastante populares por sua praticidade, segurança e baixo custo. São usadas principalmente como embalagens para alimentos e bebidas, mas também as encontramos entre itens de decoração. Neste segmento, a indústria gráfica atua principalmente na inserção de dados como lote e validade. Graças à inovação das impressoras *ink-jet*, hoje também é possível realizar a impressão do rótulo diretamente no metal.

O consultor Thomaz Caspary aponta quais os principais sistemas usados na produção das latas: “Quando feitas de aço, aplica-se o sistema *offset*. Nas de alumínio é usado o sistema *dry offset* ou *offset seco*, método que alia as melhores características do sistema *offset* com as


©Stock.com/Richter Foto

de outros sistemas”, explica. Ele conta que esses métodos costumam ser chamados informalmente de litografia ou metalgrafia.

A impressão em embalagens e recipientes metálicos não ficou alheia à evolução da indústria gráfica. Caspary aponta que na metalgrafia também tem se incorporado a maior parte das melhorias que o setor vem agregando. “A mudança mais importante que se nota é o sistema *Computer-to-Plate (CtP)*, que dá uma redução significativa no tempo de preparação das matrizes e não usa produtos químicos e de filmes. O resultado é a reprodução sem distorção ou ganho de ponto a partir do original para a matriz de impressão”, comenta.

Segundo a Associação Brasileira dos Fabricantes de Latas de Alta Reciclabilidade (Abralatas), em 2015 o país fabricou 25 bilhões de peças e vendeu 24,1 bilhões de unidades. Como as fábricas de embalagens metalizadas utilizam impressão em seus processos, muitas possuem impressoras especializadas dentro da indústria. Entretanto, por não se tratar de sua atividade-fim, para muitas pode ser interessante contratar uma gráfica ou fazer uma parceria.

Fabricação de latas no Brasil

- ▶ Há uma indústria de produção de latas no RS, situada na cidade de Águas Claras.
- ▶ Os estados onde estão localizadas fábricas de corpo das latas são: BA, DF, MG, MT, PA, PE, PI, PR, SP, RJ e RS. Já os fabricantes de tampa atuam em: AM, BA, PE e RJ.
- ▶ SP, RJ e BA são os estados que mais possuem indústrias do gênero, com 3 empresas em cada.

Fonte: Abralatas

Produtividade e versatilidade, agora tem nome, **Xerox® Versant® 80 Press** A Impressora Digital que irá revolucionar o seu negócio.



Características Gerais:

Velocidade de 80ppm Color

Gramatura de 52g/m²
até 350g/m²

Aceita até SRA3/
330mm X 488mm

Resolução ULTRA HD:
1200 X 1200 X 10-bit rendering

Resolução e imagem:
2400 x 2400



**SOLUÇÕES XEROX
ASSISTÊNCIA TÉCNICA
SUPRIMENTOS E PEÇAS**

www.dcmx.com.br
dcmx@dcmx.com.br
Av. Polônia, 710 | São Geraldo
CEP 90230-110 | Porto Alegre | RS
Fone 51 3343-4200



O Ponto Gráfico inova com régua adesiva

No intuito de trazer algo novo para seus clientes, a gráfica O Ponto Gráfico, da cidade de Santa Maria, lançou uma régua adesiva de parede. O item auxilia os pais a acompanharem o crescimento de seus filhos. Segundo o proprietário Daniel Carvalho da Silva, a ideia surgiu dentro da gráfica, entre os funcionários. “Estávamos pensando em fazer algo alternativo, mas que também servisse para a decoração”, explica. Além de útil, a régua adesiva também serve para alegrar o quarto dos pequenos, pois pode ser decorada da maneira que o cliente quiser. A gráfica possui modelos prontos, mas também

aceita encomendas exclusivas. O empresário conta que a novidade foi bem recebida e deu boa movimentação. “Os temas mais procurados são super-heróis, como Os Vingadores e Homem Aranha, e também princesas, como as do filme Frozen. Tem saído bastante”, comemora.

Apesar de trabalhar há bastante tempo com materiais adesivos como o vinil, faz menos de um ano que a gráfica investiu nas régua. Hoje, estão disponíveis dois modelos: um de recorte, onde há somente cores puras, sem imagens, e outro que é estampado, onde é possível utilizar fotografias e desenhos. Tudo para atrair os



Divulgação/O Ponto Gráfico

consumidores. “A ideia foi inovar e trazer algo novo para a empresa. O cliente sempre quer o diferente, até porque sempre a mesma coisa se torna chato”, afirma Daniel.

Estação Gráfica agora com *plotter*



Divulgação/Estação Gráfica

Após meses de estudo e planejamento, a Estação Gráfica, de São Leopoldo, realizou a compra da máquina Eixoprint, e está inserida no mercado de impressão em *plotter*. Segun-

do o gerente comercial da empresa, Conrado Andrade, a inovação veio a partir da demanda criada pelos próprios consumidores da gráfica, que tinham interesse neste tipo de impresso. “A nossa carteira de clientes pedia muito este serviço, juntamente ao resto do material de divulgação que produzimos, e acabávamos tendo que recorrer à terceirização.” Agora, com a compra do equipamento, os clientes poderão ser mais bem atendidos e seus pedidos sairão diretamente do parque gráfico da empresa.

Andrade ainda conta que a máquina já está funcionando há um mês na Estação Gráfica, mas em período de testes e ajustes: “Em função do fim do ano e férias coletivas, resolvemos lançar o produto em janeiro, para começar o ano com o pé direito”. Entre os impressos agora oferecidos pela empresa estão lonas em geral, adesivos, envelopamentos e pontos de venda. “Estamos muito otimistas e nos dedicando bastante a colocar a máquina a trabalhar, prospectando clientes e fornecedores”, completa.

DICA DE LEITURA

A trajetória dos impressos no Brasil

Uma viagem através da história da leitura e da literatura brasileira. Assim podemos definir a obra *Impresso no Brasil – Dois séculos de livros brasileiros*, organizado por Aníbal Bragança e Márcia Abreu. Os autores reuniram no livro vários ensaios sobre a trajetória da produção editorial brasileira durante seus mais de 200 anos de história. *Impresso no Brasil* foi lançado originalmente em 2010, mas ganhou nova tiragem em 2016. Bastante aclamada, a obra foi ganhadora do Prêmio Jabuti 2011, conquistando o 1º lugar na categoria *Comunicação*.

Por meio de múltiplas visões, a publicação detalha a história do livro e da leitura no

país. Os autores também contribuem para um maior conhecimento da formação da cultura letrada brasileira: a obra aborda desde a instalação da primeira tipografia na colônia até a contemporaneidade. Nela também são mostrados os grandes desafios que a indústria editorial e o livro impresso enfrentam. Todas as dificuldades, conquistas, projeções e curiosidades sobre a produção de publicações no país são detalhadas na obra através de textos de vários autores. A publicação é um item de colecionador para todos aqueles que estudam, trabalham e se relacionam com os livros e que amam a leitura.



Ficha de leitura

Título: *Impresso no Brasil – Dois séculos de livros brasileiros*
Autores: Aníbal Bragança e Márcia Abreu
Número de páginas: 664
Editores: Unesp
Investimento: R\$ 174